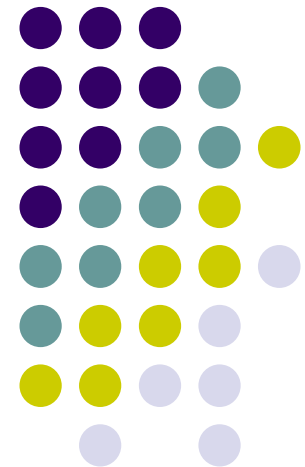


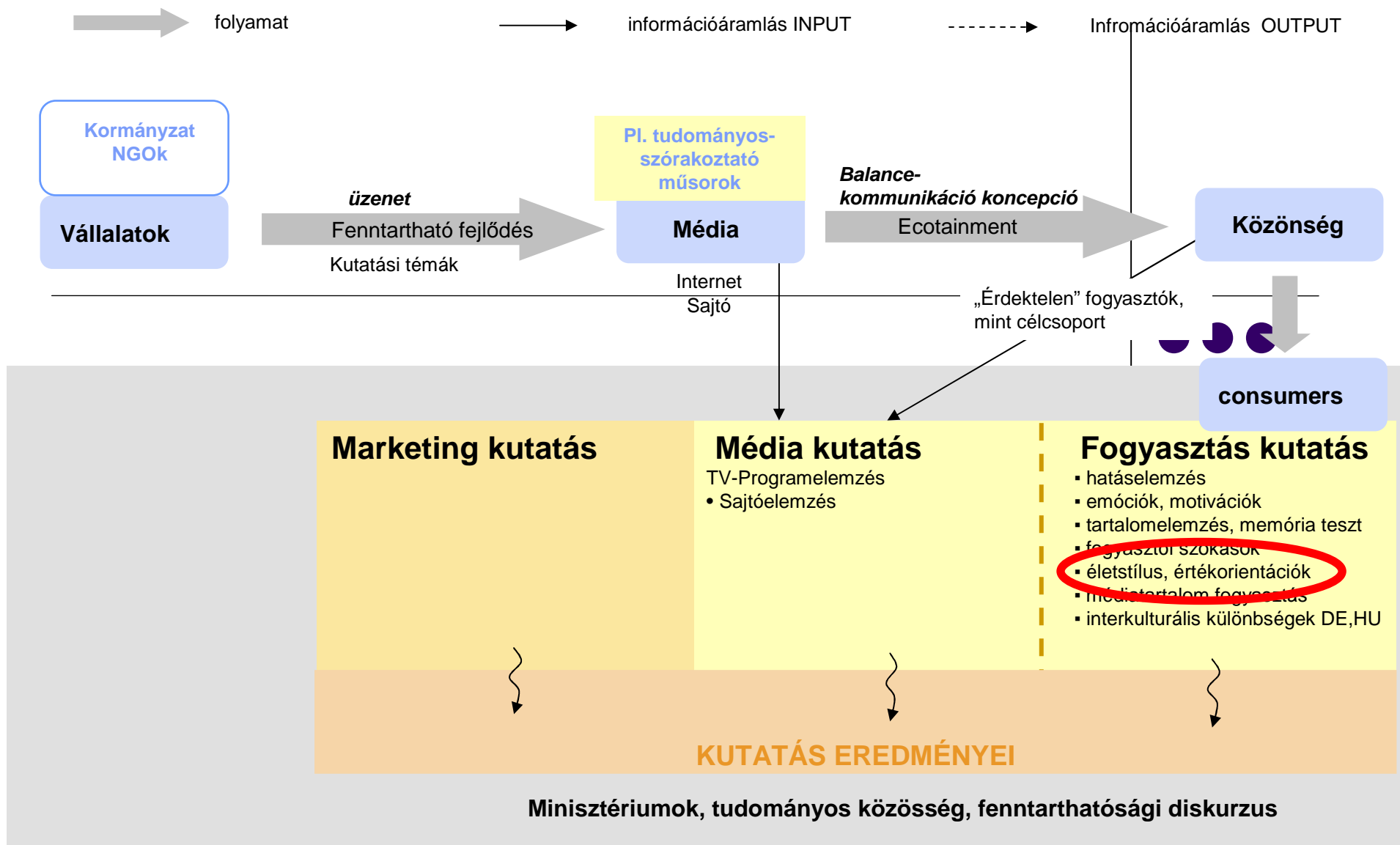
Terraldea

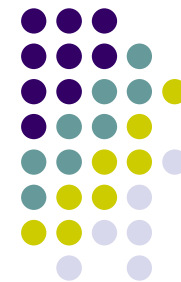
A fenntartható életstílus nyomában

A környezeti és társadalmi felelősségvállalás, a materializmus és pozicionalitás indikátorok mérése, magyarországi adaptációja és validációja

Farsang Andrea és Kovács Márton



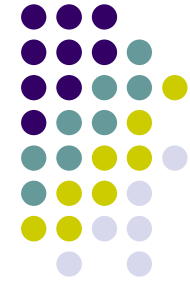




A kutatás célja

- a környezeti és társadalmi felelősségvállalás, a materializmus és pozicionalitás indikátorok magyarországi adaptációja és validációja, ezáltal egy magyar nyelvű, a fenntartható fogyasztás és életstílus vizsgálatát segítő mérőeszköz kialakítása
- A dimenziók összefüggéseinek vizsgálata

Kutatás háttere



- a környezeti problémák több mint 30%-a közvetve vagy közvetlenül a fogyasztáshoz köthető, amely a jelenlegi fogyasztási minták és életstílus változását sürgeti
- többlépcsős folyamatot foglal magában, amely nem csak a javak megvásárlását és használatát érinti, hanem szükségleteink átértékelését és azok kielégítését is

A múlt és a jelen kihívásai



Tudományos, gazdasági és politikai vita mind a múltban, mind a jelenben elsősorban

- **Efficiency:** erőforrások hatékonysága
- **Consistency:** technikai és termékfejlesztési innováció az anyagáramok egyeztetésével

stratégiákra összpontosít, melyek a társadalomban és a fogyasztásban szükséges változások nélkül ígérik a környezet állapotának megőrzését illetve javítását.

- **Sufficiency:** mérsékelt, visszafogott fogyasztás, mely életstílusunk változtatását igényli, mely nélkül a két másik stratégia hosszú távon kevés sikert ígér.

Pro- és posztmaterialista életstílusok



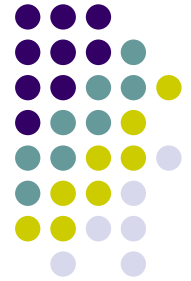
- posztmaterialista és promaterialista értékorientációt Neuner et al. az életstílusok
 - “természeti kompatibilitása”,
 - “társadalmi kompatibilitása”
 - valamint a “pozicionalitás”
 - illetve az énkép „fogyasztási javakhoz való fixációján” keresztül operacionalizálják



Vizsgált dimenziók

- vizsgálathoz használt kérdéssor (Neuner et al. 1998; Berkowitz és Daniel 1964; Bierhoff 2000) a fogyasztói értékorientációt különböző állítások segítségével méri az alábbi négy dimenzióban:
 - pozicionalitás,
 - materialista/posztmaterialista attitűdök,
 - társadalmi és
 - természeti kompatibilitás

Hipotézisek



- kulturális különbségek ellenére a magyarországi adatfelvétel elemzése során is sikerül feltárnunk azokat a véleménycsoportokat, amelyeket a skálák németországi kifejlesztésekor megalkottak
- a mért magatartásformák között korrelációt fedezhetünk fel, mely kapcsolatok iránya és nagysága megegyezik a Németországban kimutatottakkal az alábbiak szerint:

Hipotézisek



- A környezeti és társadalmi szempontból fenntartható illetve kompatibilis magatartás között pozitív korreláció van,
- A pozicionális magatartás és anyagi javakhoz kötöttség között pozitív korreláció van,
- A pozicionális magatartás és társadalmi illetve környezeti kompatibilitás között negatív korreláció van,
- A környezeti és társadalmi szempontból fenntartható illetve kompatibilis magatartás, valamint a pozicionális és anyagi javakhoz való kötöttség között negatív korreláció van.



Alkalmazott módszertan

- kérdőív fordítása a “translation/back translation” (Brislin 1970), “parallel blind technique” (Werner and Campbell 1970) módszerek módosított alkalmazásával
- elsősorban a tartalom minél pontosabb visszaadása
- mind az eredeti, mind pedig az általunk használt kérdőív 1-től 6-ig terjedő Likert skálán mérte a kérdésekre adott válaszokat
- a teszt során a kérdőív megbízhatóságát (reliability), homogenitását (internal consistency) és szakmai validitását (construct validity) vizsgáltuk
- a skálák belső konzisztenciájának meghatározásához Cronbach-alfa mutatókat számoltunk, és a faktorstruktúra elemzéséhez faktoranalízist végeztünk
- kérdőívet 113, különböző társadalmi státusú válaszadó töltötte ki

Pozicionalitás (Positionalität)



- az a (1) magatartás illetve gondolkodás, melynek célja, hogy saját elsőbbségünket, felsőbbrendűségünket másokkal szemben kiépítésük vagy azt védelmezzük, illetve
- az a (2) magatartás, amelyet az a törekvés vezérel, hogy valamilyen „szerepnek, álláspontnak, elvárt képnek vagy önképnek megfeleljünk, ahelyett, hogy az adott helyzet követelményeire flexibilisen és kreatív módon válaszolnánk” (Reisch 1995, 1998)



Pozicionalitás mérése

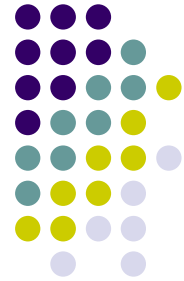
- Reisch (1991) és Scherhorn et al. (1998) egy pozicionalitás indikátort dolgozott ki:
 - törekvés egy felsőbbrendű pozíció másokkal szembeni kialakítására illetve annak megvédésére,
 - igyekezet valamilyen szerepnek, álláspontnak, elvárt képnek vagy énképnek való megfelelés irányába,
 - törekvés magasabb társadalmi és jövedelmi státusz, társadalmi rang felé,
 - cselekvés valamilyen álláspontból vagy pozícióból, melyet az egyén nem hajlandó újragondolni,
 - az önbecsülés erőteljes függése a saját álláspont, valamint a „nekem van igazam” mindenáron történő megtartásától, melynek átgondolásától az egyén teljesen elzárkózik.

Pozicionalitás - eredmények



- Cronbach alfa értéke 0,751
- 3 faktort képezhattünk, melyek együttesen 53%-ot magyaráznak
- 3 jellegzetes véleménycsoport:
 - „*felsőbb társadalmi pozíció felé törekvés*” (F1): valamiféle kiemelkedés, felsőbbrendűségekre való törekvés, fontos, hogy utasításokat adhassanak, és hogy lehetőleg egy magasabb státusú csoportba tartozzanak, mint a környezetük.
 - „*versengés*” (F2) csoportja: teljesítményorientáltság, versenyzés és a versenyelőny megőrzése, a másik legyőzése és ennek visszaigazolása jellemző.
 - „*merevség és rugalmatlanság*” (F3) csoportja, akikre a korábban kialakult véleményhez történő makacs ragaszkodás, illetve a saját álláspont mindenáron történő megőrzése jellemző. Ennél a csoportnál fontos szerepet játszik a már elért pozíció megőrzése.

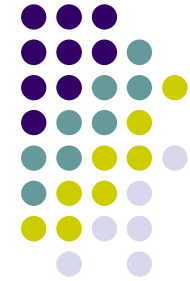
Anyagi javakhoz kötöttség (Gütergebundenheit)



Gläser (1991): azokat az embereket nevezhetjük „anyagi javakhoz kötődőeknek”, akik az adott javakat nem azok funkciója szerint értékelik, hanem sokkal inkább a tárgyak létéért

- a javak utáni váagnak nincs telítettségi határa, oka az erős pszichológiai kötődésben keresendő
- a személy önkifejezése nagyon erős mértékben materiális javakon keresztül történik.
- A javak, melyeket birtokol és használ az én részeként funkcionálnak, meghatározzák az egyén identitását,
- önértékelés és az élettel való elégedettség nagy része a materiális javak elérhetőségéhez és azok szimbolikus értékeihez kapcsolódik
- az egyén egy új javat akkor is előnyben részesít, ha a régi még teljesen működőképes, vagy ha az aktuális divattól erős mértékben függ.

Anyagi javak - eredmények



- Cronbach alfa értéke 0.836
- 2 faktort képezhattünk, melyek együttesen 52,5%-ot magyaráznak
- két jellegzetes véleménycsoportot tudtunk megkülönböztetni
 - „*bőség, exkluzivitás*” (F1): alapvetően jellemző, hogy szeretik, ha sok, értékes és exkluzív tárgyakkal vehetik magukat körül, ezt igazolja a bevásárlóközpontok hangulatának stimuláló hatása is.
 - „*divat, trend és modernitás*” (F2) jelzőkkel írható le, akiknél hangsúlyosan jelentkezik a régi, de nem feltétlenül elhasznált javaktól való elzárkózás és ezzel párhuzamosan az aktuálisan legújabb és legmodernebb termékek iránti vágy.

Társadalmi kompatibilitás és felelősségvállalás (Sozialverträglichkeit)



- olyan magatartás, amely figyelembe veszi mások szükségleteit és aktív részt vállal mások jólétében, boldogulásában.
- A társadalmilag kompatibilis emberek nem csak önmagukra és közvetlen környezetükre áldoznak pénzt és időt, hanem közösségekben vagy csoportokban való társadalmi kapcsolatokra is.
- aktív közreműködés, felelősségérzet, mások tisztelete, másokért való kiállás.
- társadalmilag kompatibilis cselekvés leggyengébb megnyilvánulását az adományok és a segélyek jelentik, míg a legerősebb formája a saját idő és munkaerő „feláldozása”.



- Egyes kultúrákban a társadalmi felelősségvállalás morális kötelezettség, míg más kultúrákban sokkal inkább egyéni döntés eredménye.
- Bulgária, Németország és Olaszország: a társadalmi felelősségvállalást hasonlóan értelmezik, azonban történelmi és kulturális tényezőknek köszönhetően eltérés mutatható ki a felelősségvállalás mértéke között (Bierhoff, 2001)

Társadalmi kompatibilitás - eredmények



- Cronbach alfa értéke 0.711
- Kaiser kritérium alapján 2 faktort képezhattünk, melyek együttesen 44,2%-ot magyaráznak
- Nagyon hangsúlyosan jelentkezik a két csoportnál az egyéni és a társadalmi jóllét megkülönböztetése.
- „*elutasítás és privát szférába beavatkozás*” (F1): alapvetően nem jellemző, hogy foglalkoztatnák őket a közösség vagy a társadalom kérdései és problémái. A csoport tagjai izoláltak, közönyösek és a másokkal való törődést mások privát szférájába való „beavatkozásnak” tekintik. Fontos jellemzőjük még a tehetetlenség érzése.
- „*altruista, segítőkész*” (F2): hangsúlyosan jelentkezik a másokkal való törődés, a cselekvési hajlandóság és a tettvágy.

Környezeti kompatibilitás



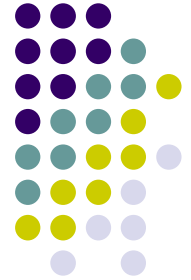
- Az egyén természeti környezethez való viszonyát, felelősségérzetét és az ezekből fakadó magatartását értjük
- item-sor elemei között igen magas elfogadottságot mértünk több kérdés esetén is,
- A válaszok nem az egyén cselekvési lehetőségeit, hanem általánosságban a társadalom, az állam szerepét hangsúlyozzák például a környezet megóvásában, a jövő generációk életfeltételeinek biztosításában.
- az egyénre vonatkozó kérdéseknél mért átlagértékek jóval alacsonyabbak.

Környezeti kompatibilitás - eredmények



- Cronbach alfa értéke 0.798
- 3 faktort képezhetünk, melyek együttesen 45,8%-ot magyaráznak
- három nagyon élesen elkülönülő véleménycsoport
- „aggódó” (F1): „aggódva” figyelik a környezet, a természet pusztulását, fontosnak tartják a kérdést, de gyakorlatilag semmit nem tesznek ez ellen, nem ismerik fel az egyén jelentőségét a probléma megoldásában.
- „cselekvő” (F2): kevésbé hangsúlyos a környezetért való aggodalom, a félelem, alapvetően jóval optimistább a hozzáállásuk a környezeti problémák megoldásához. Ugyanakkor erre a csoportra jellemző a cselekvés is, de legalábbis a tudatosság, illetve általában az egyén felelősségének felismerése.
- „elutasító” (F3): egyáltalán nem jellemző sem a környezet iránt érzett aggodalom, sem a tett. Épp ellenkezőleg, már-már tudatosan nem-környezetbarát módon viselkednek és elutasítanak minden ilyen irányú kezdeményezést mások részéről is.

Összefüggés az egyes dimenziók között

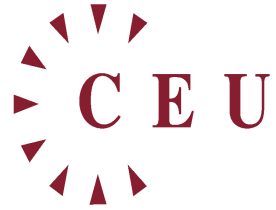


1. A felsőbb társadalmi pozícióra való törekvés szoros korrelációt mutat az anyagi javakhoz való kötődés elemzése során kialakított mindkét véleménycsoporttal.
2. Erre a csoportra kevésbé jellemző az altruizmus, a társadalmi felelősségtudat és a környezetért érzett felelősség.
3. A versengő csoport viszonylag szoros korrelációt mutat a bőség, exkluzivitás dimenzióval, ugyanakkor negatív korrelációt mutatnak a versengő és a környezeti és társadalmi szempontból elutasító csoportok.

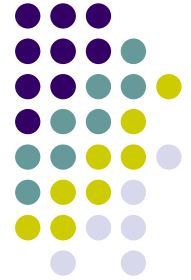
Összefüggés az egyes dimenziók között



4. A merev és rugalmatlan csoportra vonatkozóan egyértelműen kijelenthető, hogy társadalmilag és környezetileg is elutasítóak.
5. Az anyagi javakhoz való kötődés szempontjából a divat, modernitás véleménycsoport gyengén korrelál a társadalmi elutasítással.
6. A társadalmi szempontból elutasító csoport környezeti szempontból is elutasító véleményt képvisel.
7. A segítőkész, altruista csoport ezzel szemben környezeti szempontból az aggódók csoportjával korrelál.



TerraIdea



Köszönjük a figyelmet!

Farsang Andrea
ephfaa01@phd.ceu.hu

Kovács Márton
marton.kovacs@terra-idea.com